



QuestMobile2020年萌宠经济洞察报告

2020-12-15

本报告研究说明

1) 数据选取时间：2020年10月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

3) 名称释义：

萌宠人群定义： 宠物萌宠KOL行业的活跃用户。

KOL： 指关键意见领袖（Key Opinion Leader），本报告专指在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手上持续发布内容、产生影响力的个人或者机构。

01

超5亿萌宠人群线上“云吸宠”

萌宠经济发展的宏观环境分析

- 2019年4月，农业农村部颁布了《宠物饲料管理办法》等6个针对宠物食品规范性文件
- 2020年5月，农业农村部发布了《国家畜禽遗传资源目录》，其中猫狗被认为已经特化为伴侣动物而不在列入其中
- 人们养宠物的目的正在从满足功能性需求向精神性需求转变，越来越多的年轻养宠人群将宠物视为“家庭新成员”



- 随着中国人均GDP及人均可支配收入的提高，人们相较于过去更愿意在宠物身上花费更多的金钱
- 移动互联网的发展让围绕宠物饲养、护理及乐趣分享等内容获取及传播更加高效，线上购买宠物用品、食品、服务等更加便捷

随着宠物市场的扩大，萌宠经济各细分行业得到快速发展，围绕宠物消费升级，呈现更加全面、精细化发展的趋势



萌宠行业发展新趋势

宠物食品	细分化、品质化 除了干粮、湿粮外，宠物零食、营养品等品类日渐丰富，随着养宠人群对宠物的愈加重视，对宠物食品品质将提出更高要求
宠物用品	智能化、个性化 使用智能分食器、智能清扫等省时省力智能化宠物用品，以及给宠物装扮个性的服装成为时下年轻养宠人群的潮流
宠物服务	专业化、多元化 专业连锁品牌在宠物医疗、美容、培训、保险等服务领域崛起，宠物寄养、摄影等新兴服务逐渐被大众所熟知
宠物饲养与社交	线上化、娱乐化 线上宠物类APP及小程序提供更加高效的养宠知识学习及交流渠道，短视频及社交内容平台为养宠与喜爱宠物人群乐趣分享、获取提供更加丰富的途径

伴随内容传播形式的丰富及触达人群的扩大，萌宠KOL营销成为宠物品牌和商家的重要营销渠道选择，围绕萌宠内容所形成的萌宠经济产业逐级成熟

萌宠KOL经济产业链



宠物内容形式丰富的同时，也覆盖越来越多的“云吸宠”用户，萌宠人群规模超5亿，俘获更多男性用户

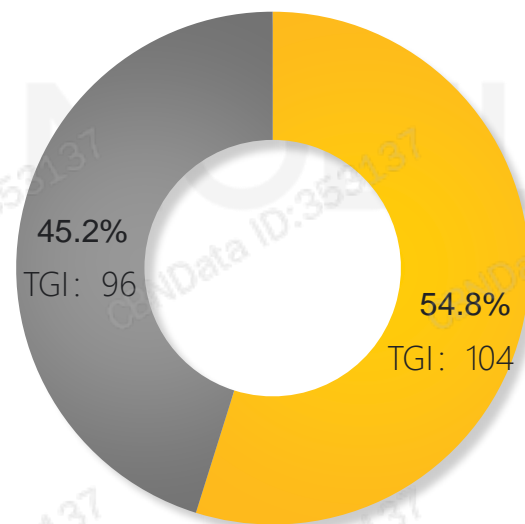
2020年10月 萌宠人群用户规模

2020年10月
萌宠类KOL
去重活跃用户总体规模
达**5.3亿**



2020年10月 萌宠人群性别分布

■ 男性 ■ 女性

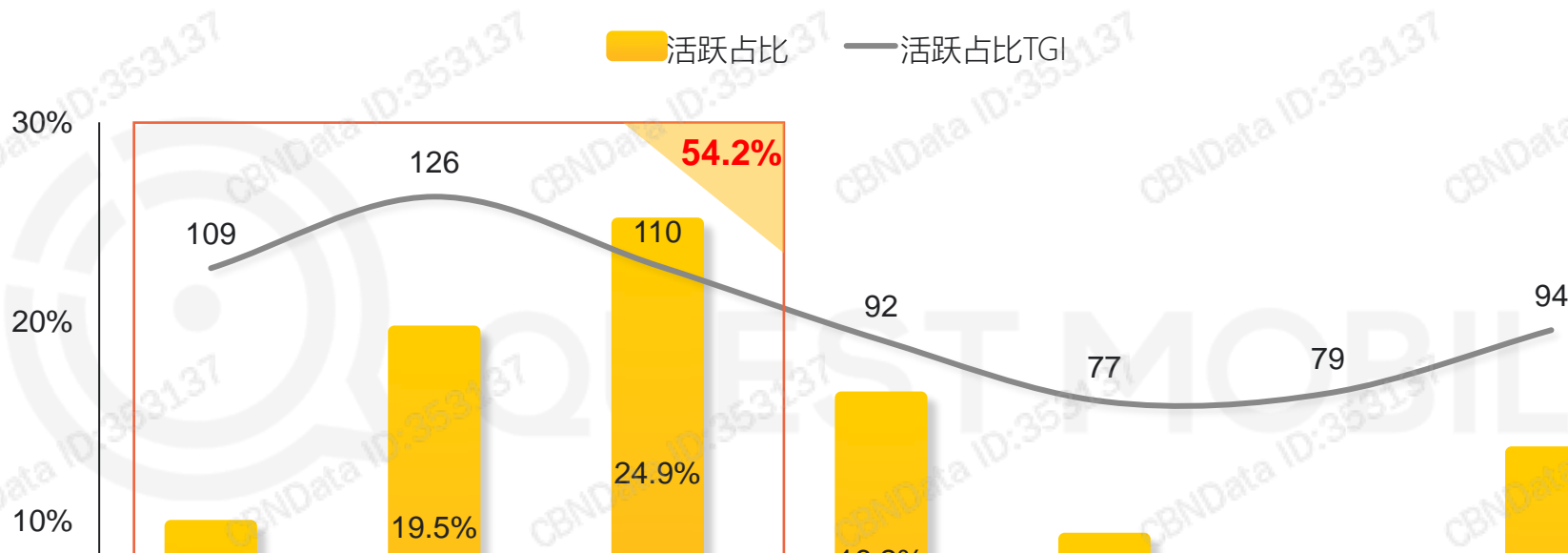


注：1、KOL统计平台包括快手、抖音、微博、微信公众号、小红书，KOL选取标准为跨平台去重活跃用户数超过10万；2、活跃占比TGI：在统计周期内，目标KOL受众中某个标签属性的活跃占比除以全网具有该标签属性的活跃占比*100。

萌宠人群年轻化趋势突显，30岁以下年轻用户占比超五成，宠物越来越成为年轻人群的情感寄托及日常减压消遣



2020年10月 萌宠人群年龄分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16757

